
I PROCESSI MOTIVAZIONALI CHE CONDUCONO AL SENSO DI APPARTENENZA AL GRUPPO

PSICOLOGIA DELL'EMERGENZA: STRUMENTI DI LETTURA O DI INTERVENTO NELLE SITUAZIONI DI EMERGENZA

LA CONFLITTUALITA': GESTIONE DEI CONFLITTI CONSCI ED INCONSCI

IL PROBLEM SOLVING: STRUMENTI DI ANALISI E DI INTERPRETAZIONE DEI PROBLEMI

Gianna Maria Agnelli

Psicologa clinica e Psicoterapeuta

Fondazione IRCCS Cà Granda Ospedale Maggiore Policlinico

L'identità del volontario

Volontario è la persona che, adempiuti i doveri di ogni cittadino, mette a disposizione il proprio tempo e le proprie capacità per gli altri, per la comunità di appartenenza o per l'umanità intera.

Il volontario opera in modo continuativo, libero e gratuito promuovendo risposte creative ed efficaci ai bisogni dei destinatari della propria azione o contribuendo alla realizzazione dei beni comuni.

Dalla Carta dei Valori del Volontariato- Fivol

DIMENSIONE RELAZIONALE-PARTECIPATIVA

- **Necessario un volontariato competente ed efficace,
basato su consapevolezza e non approssimatività**
- **Competenze tecniche ma anche abilità relazionali,
senso di appartenenza e coesione del gruppo**

Chi sceglie di fare il volontario DEVE:

- Conoscere
- Rispettare e condividere le regole del gruppo
- Essere sempre molto cauto
- Non prendere decisioni affrettate
- Rispettare ordine e consegne del diretto superiore
- Non giudicare gli ordini delle autorità in fase operativa
- Essere consapevole delle proprie reali possibilità
- Ricordare che tra le persone da aiutare potrebbero esserci portatori di handicap
- Non prendere iniziative personali

L'IMPORTANZA DEGLI ASPETTI MOTIVAZIONALI

FATTORI MOTIVAZIONALI

Insieme dei fattori incentivanti che determinano ed orientano il comportamento

Credenze e valutazioni riguardo se stessi, obiettivi e risultati che si desiderano ottenere

Dimensione motivazionale fondamentale nel volontariato

- **Motivazione di tipo solidale-altruistica, il cui obiettivo è la soddisfazione di bisogni altrui o la realizzazione di beni comuni**
- **Valutazione livello motivazionale in adesione ed in itinere**
- **Attivare strategie per sostenere, consolidare e riattivare la componente motivazionale**

Il quadro motivazionale non è statico e immobile, ma muta dinamicamente nel percorso partecipativo, con la qualità dell'esperienza organizzativa: lo snodo tra aspettative coltivate nel momento di ingresso ed effettive opportunità esperienziali incontrate ridefiniscono continuamente il quadro motivazionale del volontario.

La motivazione risulta strettamente correlata alla qualità effettiva e percepita del servizio svolto: ad un più solido livello motivazionale corrisponde una migliore capacità di svolgere in modo adeguato, efficace ed efficiente, i propri compiti lavorativi.

La relazione che si instaura con il gruppo rappresenta un fattore incentivante che consolida e sostiene la motivazione all'impegno: l'esperienza di scambio comunicativo e relazionale diventa quotidiana condivisione esperienziale e rinnova e rivitalizza l'entusiasmo e la continuità della partecipazione.

RAPPORTI CON GLI UTENTI: TECNICHE DI COMUNICAZIONE E RELAZIONE

Gianna Maria Agnelli
Psicologa Clinica e Psicoterapeuta
Clinica del Lavoro "Luigi Devoto"
Ospedale Maggiore Policlinico, Mangiagalli e Regina
Elena
U.O. Medicina del Lavoro 1



La SEMPLICITÀ del linguaggio
è alla base
di ogni comunicazione efficace

***“Pensate da uomini saggi ma parlate
come la gente comune”***

(Aristotele)

ASCOLTO EMPATICO

vuol dire :

“Camminare nelle sue scarpe”

“Mettersi nei panni dell’altro”

“Vedere il mondo con i suoi occhi”

“Entrare in sintonia con l’altro”

“Sentire dentro di sé come sente l’altro”

IL DIALOGO

è

la base

di ogni

comunicazione e relazione

*Nella **COMUNICAZIONE** e
RELAZIONE*

con l'interlocutore:

- 1. NON PRE- GIUDICARE, NON GIUDICARE**
- 2. NON PRE-CLASSIFICARE, NON CLASSIFICARE**
- 3. NON AGGREDIRE**

4. METTITI AL SUO PARI, IMMEDESIMATI

5. ASCOLTA, ASCOLTA TOTALMENTE

6. COGLI ED ESALTA I PUNTI POSITIVI

***7. SII TOLLERANTE, APERTO AL
CAMBIAMENTO, ALL'ACCETTAZIONE
DELL'ALTRO E DELLA SUA OPINIONE***

8. *CONCEDI TEMPO ALL'INTERLOCUTORE*

**9. *NON DARE NIENTE PER
SCONTATO***

**10. *INVESTI ENERGIA NELL'ASCOLTO.
È IMPEGNATIVO MA MOLTO APPAGANTE***

La comunicazione può essere:

**verbale: lingua parlata o
scritta**

non verbale

La comunicazione non verbale comprende:

movimenti del corpo: postura, gestualità;

movimenti del volto: mimica, sguardo;

aspetto fisico: conformazione, abiti;

aspetti non verbali del linguaggio: intonazione della voce, ritmo e inflessioni dell'eloquio.

Ascolto attivo

**Il presupposto
imprescindibile per una buona
comunicazione è la capacità
di offrire all'interlocutore un
ascolto attivo.**

I cinque passi dell'ascolto attivo

1. **Capire i contenuti: ascoltare che cosa dice l'interlocutore in termini di fatti e idee.**
2. **Capire le finalità: recepire gli intendimenti dell'interlocutore**
3. **Valutare la comunicazione non verbale dell'interlocutore**

-
4. **Valutare la nostra comunicazione non verbale e i nostri filtri cognitivi: aspettative, esperienze passate, relazioni personali, valori, opinioni, ecc.**

 5. **Ascoltare senza esprimere giudizi e con partecipazione.**

RAPPORTI CON GLI UTENTI

**MODALITA' EFFICACI PER LODARE
POSITIVAMENTE, RINFORZARE LE PERSONE
MENTRE FANNO QUALCOSA DI BUONO**

**MODALITA' EFFICACI PER IL RIMPROVERO
COSTRUTTIVO, CRITICARE LE PERSONE PER
AIUTARLE A MIGLIORARE LE PROPRIE AZIONI**

Linee guida per lodare, rinforzare positivamente

Cogliere le persone mentre fanno qualcosa di buono

COSA FARE

- ☀ *Essere tempestivi*
- ☀ *Essere specifici*
- ☀ *Dire ciò che la persona ha fatto bene*
- ☀ *Dire come vi fa sentire questo comportamento*
- ☀ *Incoraggiare ad andare avanti con il comportamento positivo*

COSA EVITARE

- ☀ *Risparmiare lode*
- ☀ *Essere falsi*
- ☀ *Essere critici ("questa volta hai fatto bene, ma ...")*
- ☀ *Assegnare più lavoro*

Linee guida per il rimprovero costruttivo:

Aiutare le persone a migliorare

COSA FARE

- ***Essere tempestivi***
- ***Essere specifici***
- ***Dire alla persona ciò che ha fatto male***
- ***Dire come vi ha fatto sentire questo comportamento***
- ***Fare una pausa per lasciare che il rimprovero faccia presa***
- ***Ricordare come è stata l'ultima prestazione positiva della persona in questo campo***
- ***Concordare un piano di miglioramento***

COSA EVITARE

- ***Attaccare la personalità***
- ***Immagazzinare i rimproveri***
- ***Essere aggressivi***
- ***Rimproverare in pubblico***
- ***Rimproverare un principiante***

LA COMUNICAZIONE IN EMERGENZA

La comunicazione interpersonale è alterata nelle interazioni che avvengono nelle situazioni di rischio.

In emergenza ci sono talmente tante e diverse informazioni che l'individuo rischia di sentirsi confuso e disorientato.

In emergenza l'informazione diventa un bisogno fondamentale, perché essere a conoscenza di quanto è accaduto e di ciò che si deve fare serve a ridurre lo stato di ansia.

LA COMUNICAZIONE IN EMERGENZA

Informare e, ancora di più, essere informati, significa razionalizzare il problema e diventarne più consapevoli.

La comunicazione è strategica per attuare comportamenti adattativi che consentono di vivere la/nella emergenza, per trovare coerenza in una situazione confusa.

LA COMUNICAZIONE IN EMERGENZA



Comunicare produce sempre un effetto



bisogna ottimizzare le nostre abilità
comunicative

per rendere la comunicazione più efficace



LA COMUNICAZIONE IN EMERGENZA



Imparare a gestire la comunicazione e a governare i processi informativi



è l'elemento essenziale nella gestione dell'emergenza

TEAMWORK: la capacità di lavorare in squadra

Chi appartiene ad un gruppo dovrebbe avere:

- Elevato senso di identificazione**
- Elevato senso di lealtà**
- Capacità di conformarsi a regole, norme e valori**
- Capacità di conformarsi allo stile di vita del gruppo**

L'Essenza di un Team è l'Impegno



“Un team è un Gruppo di persone con caratteristiche complementari che sono impegnate verso un fine comune, una serie di traguardi nelle prestazioni, ed un approccio per il quale si ritengono tutti mutualmente responsabili.”

Source: Joel R. Katzenbach and Douglas K. Smith, “The Discipline of Team,” Harvard Business Review, March–April 1993.

Le caratteristiche di un team di successo



PURPOSE: (Scopo)

- Consapevolezza e condivisione degli obiettivi
- Chiarezza delle strategie
- Chiarezza dei ruoli

EMPOWERMENT (Legittimazione)

- ✓ Fiducia nella possibilità di realizzare la missione
- ✓ Condivisione della responsabilità
- ✓ Possibilità di crescita personale e professionale
- ✓ Sensazione di avere potere sia come individui che come gruppo

RELATIONSHIPS (Relazioni)

- Comunicazione aperta
- Ascolto reciproco
- Valorizzazione delle differenze

FLEXIBILITY (Flessibilità)

- ❖ Alternanza di comportamenti a seconda delle necessità
- ❖ Apertura al cambiamento
- ❖ Rapida adattabilità al mutare delle condizioni

OPTIMAL PRODUCTIVITY (Produzione ottimale)

- ❖ Produzione di elevati risultati
- ❖ Impegno costante verso standard elevati
- ❖ Rispetto delle scadenze
- ❖ Metodi efficaci di decisione e di problem solving
- ❖ Elevata capacità di gestire il processo di gruppo

I Team devono sviluppare la giusta combinazione di diverse capacità

Le capacità richieste ad un Team sono di tre categorie:

**Esperienza
Tecnica o
Funzionale**

Se, per esempio, il tuo obiettivo è di migliorare la qualità e ridurre gli scarti, devi essere sicuro di includere sia degli esperti di produzione che degli ingegneri per disporre di entrambe le professionalità.

**Capacità nella
soluzione dei problemi
e nel prendere le
decisioni**

La maggior parte dei Team necessitano di pochi elementi con tali capacità e di una metodologia per iniziare, anche se molti svilupperanno simili capacità lavorando.

**Capacità
interpersonali**

Queste sono essenziali per comunicare e per gestire i conflitti, che, a loro volta, sono necessari per raggiungere la comune comprensione.

MORALE (Morale)

- ❖ Entusiasmo per il lavoro
- ❖ Soddisfazione di appartenere al gruppo
- ❖ Ottimismo sul futuro
- ❖ Piacere nel lavorare insieme
- ❖ Spirito di gruppo

WHAT'S

IMPORTANT

NOW

TUTTO E TUTTI INSIEME

ENTUSIASMO

ABILITA' SOTTO PRESSIONE

MOTIVAZIONE

Gestire la conflittualità

La gestione del conflitto: la conflittualità, cosciente ed inconscia, costituisce un elemento non eliminabile totalmente nell'ambito di un gruppo; è necessario, quindi, imparare a gestire le situazioni di disaccordo attraverso l'utilizzo di adeguate strategie comunicative e comportamentali

Passi nella gestione del conflitto

- ✓ **Decidere se vale la pena affrontare direttamente il conflitto**
- ✓ **Non affrontare il conflitto con modalità difensive**
- ✓ **Definire con il massimo livello di precisione possibile la natura del problema che origina il conflitto**

Passi nella gestione del conflitto

- ✓ **Analizzare, con tatto e diplomazia, le caratteristiche, le possibili cause e le motivazioni del disaccordo**
- ✓ **Prendere in considerazione, attraverso il dibattito, il confronto e la discussione aperta, tutte le possibili soluzioni, cercando di optare per quella che possibilmente soddisfi, almeno parzialmente, le diverse parti coinvolte (capacità di negoziazione)**

Passi nella gestione del conflitto

- ✓ **Pianificare la realizzazione di obiettivi chiari, realistici e definiti operativamente**
- ✓ **Formulare le procedure per la valutazione dei risultati**